

THEMA 4.3. Bereichsübergreifende Kompetenzen – Personal Branding



CO¹
LABOURative
LAB



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben



Inhalt

Einführung	4
Selbstvermarktung	6
Wozu brauchen Sie für Personal Branding?	6
Wo soll ich anfangen?	7
Auswählen und Verwalten von sozialen Netzwerken	10
Was sind Social Media?.....	10
Honeycomb Framework der Social Media Funktionalität	11
Social Media - was ist für mich drin (auf persönlicher Ebene)	12
Social Media -was ist für mich drin (auf Arbeitsebene)	13
Auswählen und Verwalten von sozialen Netzwerken	15
Wie wird in der SHE Vertrauen aufgebaut?.....	20



Einführung

Worum geht es in diesem Thema?

In diesem Thema geht es darum, was Personal Branding ist, für wen es steht, wie es entsprechend den Profilen der verschiedenen Auszubildenden entwickelt werden kann und wie die Social Media-Präsenz die eigene Marke stärkt. Informationen zur Auswahl und Verwaltung von Social-Media-Profilen geben einen praxisorientierten Ansatz für dieses Thema. Das Material diskutiert auch die Grundlagen des Online-Reputationsmanagements.

Warum ist dieses Thema interessant?

Das Thema ist interessant, weil es auf der einen Seite allgemeine Informationen und Anleitungen gibt, wie eine Person ihre Identität in Bezug auf persönliche Fähigkeiten und Werte analysieren und diese als Marke weiterentwickeln kann, um ihr professionelles Selbst zu stärken und die Kontrolle darüber zu behalten, während auf der anderen Seite das Material macht Verweise auf, wie wichtig das Thema für Personal Branding ist in der SharingEconomyUmgebung.

Was werden Sie hier lernen?

Einführung in das, was Personal Branding ist, für wen es ist und wie man es entsprechend Ihrem Profil entwickelt (Arbeitssuchender / Unternehmer / Selbstständiger). Verschiedene Techniken zur Selbstanalyse werden vorgestellt, ebenso wie die Präsenz in den sozialen Medien - was, wie, wo praktisch erklärt wird.

Mehrwert für

- **Arbeitslose**

Dsein Trainingsmaterial unterstützt sie bei der Neuanalyse ihres beruflichen Profils und gibt praktische Hinweise, wie sie ihre professionelle persönliche Marke weiterentwickeln und weiterentwickeln können

- **Unternehmer**



Praxisch ausgerichtete Richtlinien, wie sie ihre Marke in ihr Geschäft einbinden und davon profitieren können

- **Personalabteilung**

Dieses Thema richtet sich nicht speziell an Personalverantwortliche

Was können Sie nach der Arbeit an diesem Thema tun?

Verstehen, was persönliches Branding ist; wissen, wie man mit dem Aufbau und der Entwicklung beginnt; verstehe was Social Media ist; differenzieren Sie Social-Media-Sites; Wählen Sie die für Sie am besten geeigneten 3 nach Ihrem Profil (Arbeitssuchender / Unternehmer / Selbstständiger); eine Social-Media-Strategie inkl. Social Media Update Plan und Online Reputation Management).

Was werden Sie hier finden?

- ❖ **Text Materialien; PDF**
- ❖ **Präsentation; ppt.**
- ❖ **Praktische Aktivitäten**



Selbstvermarktung

Im Allgemeinen wird der Begriff Marke definiert als "alles, was mit dem Produkt verbunden ist, einschließlich seiner Symbolik und Erfahrungen". Es ist alles, was mit einem Produkt oder einer Dienstleistung zusammenhängt, die in den Köpfen der Konsumenten auftaucht - ihr Aussehen, Gefühl und Nutzen sowie die Verpackung, die Werbung, sogar die Einstellung der Verkäufer und Promoter, die es vertreten. Dies ist der Wert, den die Marke zu den Verbrauchern trägt.

Bei Self-Branding oder Personal Branding geht es darum, wie Sie Ihren Ruf, Ihren Stil, Ihr Aussehen, Ihre Einstellung und Ihre Fähigkeiten pflegen und verwalten. Es ist sehr ähnlich zu der Art und Weise, wie große Unternehmen ihr Markenmanagement betreiben, aber beim persönlichen Branding geht es mehr darum, sich selbst, Ihre Fähigkeiten und Ihre Erfahrung zu vermarkten. Es hilft Ihnen dabei, sich von der Masse abzuheben, unabhängig davon, ob Sie Ihren Arbeitsplatz wechseln, Ihr eigenes Unternehmen gründen oder Ihre Kontaktnetze erweitern. Colin Wright definiert in seinem E-Book "Personal Branding": "Sie machen sich bekannt für das, wofür Sie bekannt sein möchten" (zum kostenlosen Lesen).

Wozu brauchen Sie für Personal Branding?

Personal Branding ist nützlich für Ihre **berufliche Karriere**; es hilft Ihnen, positive Reputation aufzubauen (was auch immer Ihr Tätigkeitsbereich ist), macht Sie besser erkennbar und lässt sich leicht mit Bewegungen / Gemeinschaften / Menschen und ihren spezifischen Ideen, Einstellungen, Fähigkeiten verbinden oder assoziieren. In der Tat haben Sie bereits damit begonnen, Ihre Marke aufzubauen, ohne es zu merken – in dem Moment, wo Sie Ihre Karriere begonnen haben.

Für **Unternehmer und Selbstständige** ist Personal Branding unerlässlich, um Ihr Unternehmen von Ihren Mitbewerbern abzuheben und genau zu sagen, warum Ihr Unternehmen zählt und was Sie einzigartig macht.

Personal Branding ist in der Sharing Economy wesentlich. Da die meisten Beziehungen entweder zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer oder zwischen Verkäufer und seinen Kunden online erfolgen und oft beide Seiten weltweit verstreut sind, müssen sie ihre Wahl auf die Online-



Identität der anderen Person aufbauen. Die Art, wie sich Beschäftigte / Verkäufer / Kunden selbst präsentieren, ist von entscheidender Bedeutung für die weitere Arbeit und die Beziehungen in der Sharing Economy.

Wo soll ich anfangen?

Stellen Sie sicher, dass Sie sich der Tatsache bewusst sind, dass es beim persönlichen Branding viel mehr darum geht, wer Sie wirklich sind, was Ihre Werte und Überzeugungen sind und wie Sie sie geformt haben und sich in Ihrem professionellen Verhalten widerspiegeln. Sie müssen wissen, dass das Erstellen einer falschen Identität nicht das ist, worum es beim persönlichen Branding geht. Beim persönlichen Branding geht es eher darum, zu zeigen, wer Sie als Person sind, was Sie durch das Leben führt, was Sie erreichen möchten, wie Sie es tun werden und was Sie der Welt anbieten können. Betrachten Sie es als eine digitalisierte Darstellung Ihrer realen Identität. So lernen Sie, sich selbst, Ihr wahres Selbst zu präsentieren. Deshalb raten wir Ihnen, darüber nachzudenken, was Ihre Leitsätze sind und welches Leitbild Sie basierend auf diesen Leitprinzipien entwickeln können. Dieses Leitbild muss man nirgendwo offiziell zeigen oder verkünden, sondern eher als ein klar definiertes Ziel für sein Leben. Auf der anderen Seite kann ein Leitbild auf Ihrer professionellen Website sehr gut erscheinen, wenn Sie planen, selbständig zu arbeiten und / oder ein eigenes Blog zu erstellen. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass ein Mission Statement eine geordnete Art ist, die Fragen zu beantworten, wer Sie sind, was Ihre Werte sind und was Sie mit Ihrem Leben tun möchten. In den praktischen Übungen zu diesem Thema erfahren Sie mehr darüber.

Der nächste Schritt besteht darin, zu analysieren, was Ihre aktuellen Fähigkeiten sind und welche anderen Fähigkeiten Sie erwerben möchten. Wenn wir eine Reise planen, ist das Ziel das Wichtigste, je nachdem, wo wir ankommen wollen, planen wir die Reise. Das gleiche gilt für die Entwicklung Ihrer persönlichen Marke - was genau wollen Sie erreichen?

Das Setzen eines Ziels hängt mit dem Ausgangspunkt zusammen - was Sie bereits als Fähigkeiten haben, was Sie bereits tun können. Und darauf aufbauend, was möchten Sie verbessern oder was möchten Sie tun? Dies hängt möglicherweise mit den Fähigkeiten zusammen, die Sie bereits besitzen, oder mit Fertigkeiten in einem für Sie völlig neuen Bereich.



Dann kommt das Lernstadium, zu dem Sie sich verpflichten müssen, sofort zu beginnen, wenn Sie nicht von Ihren täglichen Routinen weggespült werden wollen. Es ist sehr üblich, dass Menschen, die Ziele setzen, sie dann schnell zu verlassen, wenn das Leben ihre sofortige Aufmerksamkeit erfordert.

Tipps - Sagen Sie allen, wenn Sie anfangen, etwas Neues zu lernen - je mehr Menschen wissen, desto größer ist Ihre Scham, wenn Sie aufgeben, werden die Leute Sie für das rechenschaftspflichtig halten, was Sie erreicht haben.

Nutzen Sie jede Gelegenheit, um neue Fakten, Worte, sogar so genannte Lebensretter zu lernen - schauen Sie sich um, hören Sie den Menschen zu und achten Sie darauf, was um Sie herum geschieht. Das Wesentliche ist, sich ständig zu verändern und weiterzuentwickeln - das sind die Menschen, die in der Welt voranschreiten.

Wenn Sie **arbeitslos sind** - Ihre derzeitigen Fähigkeiten zu verbessern und neue zu erwerben, wird Sie flexibler und anpassungsfähiger für die vielen Karrieren machen, die ständig erscheinen und die alten ersetzen. Sie können andere Bereiche finden, in denen Sie gut sind, Sie können einen Job ändern / finden, es wird Ihnen helfen, Bewegungen / Gemeinschaften / Menschen mit Ihren spezifischen Ideen, Einstellungen, Fähigkeiten einzubringen, die Ihre Netzwerke erweitern und von den Menschen umgeben sein werden kann zu einem bestimmten Zeitpunkt Einfluss auf Ihre Karriere haben.

Wenn Sie ein **Unternehmer / Selbständiger** sind, hilft Ihnen die Lernphase, Ihr Geschäft auf andere Bereiche auszuweiten, Sie werden Ihr Portfolio diversifizieren und Ihr Angebot an Dienstleistungen / Produkten erweitern, neue Kunden finden, integrierte Dienstleistungen / Produkte anbieten, andere finden Marktnischen, werden andere Bewegungen / Gemeinschaften / Menschen mit Ihren spezifischen Ideen, Einstellungen, Fähigkeiten assoziiert, die zum Ausbau Ihrer Netzwerke führen und wieder zu den oben genannten positiven Effekten führen können.

Wenn Sie sich entschieden haben, an den SHE-Plattformen zu arbeiten, gilt: Je mehr Fähigkeiten Sie erwerben, desto vielfältiger würde Ihr Profil sein und desto mehr Arbeitgeber würden sich mit Ihnen in Verbindung setzen. Gleichzeitig können SHE-Plattformen ein hervorragender Ort



sein, um diese Fähigkeiten zu üben und Berufserfahrung in den Bereichen zu sammeln, die Sie selbst weiterentwickeln möchten. Wenn Sie die Arbeit in SHE als Zwischenstopp auf Ihrer beruflichen Reise betrachten, haben Sie die Möglichkeit, diese Fähigkeiten zu erlernen und zu beherrschen, während Sie dafür bezahlt werden.

BOhr daran , dass Personal Branding ist nicht etwas , das man für eine Stunde tun können , oder zwei;Es braucht viel Zeit, Anstrengungen und Hartnäckigkeit und es muss zur Gewohnheit werden, Teil deines Lebens.

Mehr über verschiedene Aspekte Ihres persönlichen Brandings und wie wichtig Ihre Kleidung, Freundeskreise, Haltung, Work-Life-Balance, persönliche Ethik sind, finden Sie in dem Buch (oben erwähnt) als kostenlose Lektüre für dieses Thema und als praktische Übung.

Da Social-Networking-Tools heutzutage weit verbreitet sind, setzen sie Ihren Lebenslauf, Arbeit, Reputation, Ideen einem viel breiteren Publikum offen als je zuvor, deshalb ist der folgende Abschnitt den Social Media gewidmet und wie Sie mit Ihrer Präsenz so umgehen können bringt Positives für Sie und / oder Ihr Geschäft.

Die Online-Gruppen, an denen Sie teilnehmen, und die Art, wie Sie sich online verhalten, sind ebenso wichtig wie die Art und Weise, wie Sie in der realen Welt leben. Sie müssen daher intelligente Entscheidungen treffen und sich einigen sozialen Netzwerken anschließen, die direkt mit Ihrem Beruf verbunden sind , für ein breiteres Publikum und einige, die helfen werden, Ihre potenziellen Kunden, potenziellen Arbeitgeber oder andere Leute zu treffen, die Sie bemerken möchten. Genauso wie Sie Ihr Portfolio diversifizieren, sollten Sie in verschiedenen sozialen Netzwerken präsent sein. Sei vorsichtig mit der Art, wie du dich online präsentierst, denke darüber nach, wie dein Lebenslauf aussieht, wähle sorgfältig die Profilinformatoren, die du eingibst, die hochgeladenen Bilder und die Dinge, die du online machst, weil sie für immer dort bleiben.



Auswählen und Verwalten von sozialen Netzwerken

Was sind Social Media?

Social Media als Begriff braucht keine Erklärung oder Definition, da heutzutage jeder davon gehört hat und es benutzt. Wenn es so gegeben werden müsste, wäre eine mögliche Erklärung: "Dies ist eine Art von Medien, die es Menschen ermöglichen, verschiedene Inhalte online zu zeigen und zu teilen und sich in einem Netzwerk von Verbindungen miteinander zu verbinden". Es geht in erster Linie darum, mit Menschen (Familie, Freunde, Bekannte) in Kontakt zu kommen und zu bleiben, die Sie bereits im Leben haben, aber nicht mit der ganzen Zeit und im gleichen Umfang interagieren.

Alle webbasierten Anwendungen, die die Erstellung und / oder den Austausch von nutzergenerierten Inhalten ermöglichen und die Interaktion zwischen den Benutzern ermöglichen, werden als Social-Media-Networking-Sites klassifiziert, die "Netzwerk" - Funktionen bieten.

Social-Media-Networking auf Social-Media-Websites kann als eine "Gruppe von neuen Arten von Online-Medien definiert werden, die die meisten oder alle der folgenden Merkmale teilen:

- **Teilnahme**; Jeder Interessierte kann etwas beitragen oder Feedback bekommen. Die Grenze zwischen Medien und Publikum ist fließend;
- **Offenheit**; Die meisten Social-Media-Dienste sind offen für Feedback und Partizipation und ermutigen zum Teilen, Wählen, Kommentieren usw.;
- **Unterhaltung**; Konversation auf Social-Media-Websites wird eher als eine wechselseitige Kommunikation betrachtet, da Inhalte von Gruppen von Menschen oder Einzelpersonen produziert und an andere Gruppen von Personen / Individuen verteilt werden. Dies unterscheidet sich von den von Fernsehanstalten / -gesellschaften vertriebenen Einweginhalten;
- **Gemeinschaft**; Communities in den Social-Media-Websites werden als Gruppen von Menschen betrachtet, die ein gemeinsames Interesse haben, zum Beispiel von Sport zu Filmen oder zu sozialen Zwecken. Sie kommunizieren sehr schnell und effektiv;

- **Verbundenheit**; Die meisten Arten von sozialen Medien sind miteinander verbunden und nutzen Links zu anderen Websites, Ressourcen und Personen.

Die meistbenutzten und bekanntesten Social-Media-Websites sind Facebook, Twitter, Instagram und LinkedIn, die es Ihnen ermöglichen, Informationen, Bilder und Videos zu teilen und zu verbreiten und in der Regel mit Personen in Kontakt zu bleiben, mit denen Sie normalerweise nicht interagieren würden.

Klassifizierung der Social-Media-Sites

Laut der veröffentlichten Studie in Business Horizons (2010) von Kaplan und Hänleinkönnen die verschiedenen Arten oder Formen von Social Media in 6 Kategorien eingeteilt werden:

1. Kollaborative Projekte (zB Wikipedia)
2. Blogs und Microblogs (zB Twitter)
3. Inhaltsgemeinschaften (zB Youtube)
4. Social Networking Seiten (zB Facebook)
5. Virtuelle Spielwelten (zB World of Warcraft)
6. Virtuelle soziale Welten (zB Second Life)

Honeycomb Framework der Social Media Funktionalität

Da sich das Verhalten von Internetnutzern (gemäß Kietzmann et al. (2011) research) von der Verwendung von Inhalten, Lesen, Anschauen, Kaufen und Verkaufen von Produkten oder Dienstleistungen zum Erstellen, Modifizieren, Teilen und Diskutieren von Internet-Inhalten verändert hat, haben sich verschiedene Plattformen durchgesetzt eroberte die Aufmerksamkeit der Nutzer. Dies sind Plattformen wie Content-Sharing-Sites, Blogs, Social Networkingsites und Wikis. Heutzutage kann Social Media das Bild einer Person in dem Arbeitsmarkt beeinflusst, insbesondere solche auf der Suche nach einem neuen Job und Selbst Mitarbeiter und mehr und mehr Anstrengungen und Zeit setzen, um mit ihnen zu engagieren und zu lernen.

Das Waben-Framework von Social-Media-Funktionsbausteinen hilft dabei, soziale Medien besser zu verstehen und mit ihnen zu interagieren. Das **Bausteine**, **die**



soziale Mediendefinieren, sind Identität, Konversationen, Teilen, Präsenz, Beziehungen, Reputation und Gruppen.

Die Idee ist, dass verschiedene soziale Medien sich auf verschiedene Blöcke konzentrieren und durch das Studieren ihrer Funktionalitäten und Implikationen kann man **eine Strategie** zum Überwachen, Verstehen und Reagieren auf die verschiedenen Social Media Aktivitäten entwickeln.

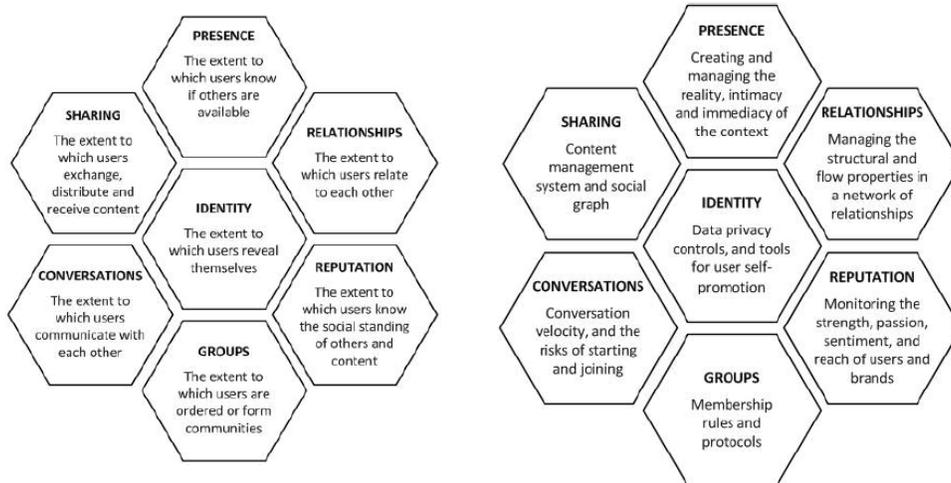
Die obigen Zahlen helfen zu verstehen und besser zu verstehen, auf welche dieser Blöcke sich verschiedene Social Media konzentrieren. Zum Beispiel **-LinkedIn konzentriert sich hauptsächlich auf Identität, Reputation und Beziehungen**, während Youtube in erster Linie auf Sharing, Gespräche, Gruppen und Reputation konzentriert.

Social Media - was ist für mich drin (auf persönlicher Ebene)

Menschen kommunizieren heute auf völlig andere Weise miteinander als in den vergangenen zehn Jahren. Aufgrund der globalen Natur des Internets und der Webtechnologien können Einzelpersonen und Unternehmen von der Nutzung der sozialen Medien profitieren, wenn sie effektiv genutzt werden

- i. **Persönlicher Gebrauch** ;in Kontakt zu bleiben und zu wissen, **was** in der Welt um sie herum **geschieht** - lokal oder global; Bleiben Sie in Kontakt mit ihren verschiedenen Hobbies, wie Musik, Filme, Sport, Spiele usw., beziehen Sie sich auf Menschen mit ähnlichen Interessen und teilen und veröffentlichen Sie Inhalte online
- ii. **Werde kreativ** .Eine Person kann ihre Hobbys und Interessen weiter erforschen und erweitern, zum Beispiel wenn sie Schreibfähigkeiten haben - sie können leicht anfangen, ihren eigenen Blog zu schreiben, wenn sie fotografische Fähigkeiten haben - können sie Fotos online **veröffentlichen und teilen** .Dies kann auf andere Interessengebiete angewendet werden. Darüber hinaus ist es einfach, über soziale Medien ein großes Publikum zu erreichen und eine interessierte Gruppe zu finden, die Ihnen folgt.
- iii. **Soziale Interaktion** ;Da wir Menschen sind, lieben wir es, Kontakte zu knüpfen und dies ist das Geheimnis all dieser sozialen Netzwerke. Einzelpersonen können mit all den Nachrichten, Klatsch und Geschehnissen rund um ihre Kontakte sowohl lokal als auch global dran bleiben. Durch soziale Medien bleiben die Leute nicht nur in Kontakt, sondern teilen und

kommentieren auch die neuesten Produkte / Dienstleistungen und Feedback ist für den Rest innerhalb der Gemeinschaft von großem Nutzen - daher die Macht, andere in seinem Netzwerk zu beeinflussen, genannt "Social Influence" ;



Erhalte Macht; Social Media geben die Macht in den Händen der Kunden zurück. Durch ihre Meinung und ihr Feedback, das schnell durch ihre Community verbreitet wird, kann eine Marke steigen oder fallen. Das "Taggen" und "Teilen" von Inhalten kann dazu führen, dass es im Internet viral wird und sobald es begonnen hat, ist es unmöglich, es zu stoppen. So haben soziale Medien die Menschen dazu befähigt, zu sprechen und gehört zu werden.

Social Media -was ist für mich drin (auf Arbeitsebene)

Präsenz in den sozialen Medien ist unerlässlich geworden, **um den Marktanteil**, den **guten Ruf** und **die Marke zu erhalten**. Social Media ist eine großartige Möglichkeit, **Kunden zu erreichen**, zu **interagieren** und mit ihnen zu **interagieren**, ihre Aufmerksamkeit zu erregen, zu führen, ihre Meinung zu recherchieren, Feedback für den Service zu erhalten, Kundenbeziehungen und Markenbekanntheit aufzubauen und vor allem **die Reputation zu stärken**.

- i. **Online-Branding** ; **Branding bedeutet Ihre Geschäftsidentität, wie Sie sich von Ihren Mitbewerbern unterscheiden und warum ein Käufer zu Ihnen kommen sollte. Wenn Sie online über Profildaten auf Networking-Websites präsent sind, können Sie Ihre Fans / Follower über Ihre Marke auf dem Laufenden halten, Ihr Geschäft als Ganzes "sichtbar" machen und neue Märkte und Kunden erreichen. Um sichtbar zu bleiben, müssen Sie sich online in Gespräche einbringen und regelmäßig über die Marke schreiben. Social Media hat, wenn es effektiv genutzt wird, einen viel**

größeren Einfluss auf Ihre Marke als Sie denken, denn eine aktive Online Präsenz hält Ihre Kunden zurück und macht Ihre Marke unvergesslich.

- ii. **Marketing** ;Social Media ist wahrscheinlich das kostengünstigste und effektivste Werkzeug in den Bereichen **Werbung, Verkauf, Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, Direktmarketing und Verkaufsförderung**, da es eine integrierte Marketingstrategie ermöglicht, um sowohl die Zielgruppe als auch die globale Reichweite zu erreichen.**Facebook, Google+, LinkedIn, YouTube, Twitter und Blogs** zusammen mit dem Mobile Marketing inklusive Location-based Marketing gelten als die effektivsten und wichtigsten Plattformen für Social Media Marketing für kleine und große Unternehmen gleichermaßen.
- iii. **Beziehungen aufbauen** ;Social Media ist perfekt für die direkte Kommunikation mit Kunden, um ihnen Support, Pflege und Service direkt zur Verfügung zu stellen.Dies ist das perfekte Werkzeug für die Kommunikation und das Zuhören für die Kunden, was die Voraussetzung dafür ist, Ihre Kunden zufrieden und loyal gegenüber der Marke zu halten.Kunden ziehen es vor, eher an reale Personen als an Voicemail- und Call-Center weitergeleitet zu werden.Daher sollten soziale Medien als ein Ort genutzt werden, an dem sie ihr Feedback frei über Umfragen, Umfragen, Formulare usw. abgeben können.
- iv. **Mundpropaganda / Networking** ;Da alle Menschen in verschiedenen Gemeinschaften miteinander verbunden sind, verbreitet sich die Mundpropaganda schnell.Hier spielen die Leute die Rolle der Marketing-Agenten.Dies macht es einfacher, nur einen Kommentar zu Ihren Produkten / Dienstleistungen in einer der Gruppen zu posten und Ihren Kunden den Rest erledigen zu lassen.Es ist auch ratsam, **Ihre verschiedenen Profelseiten, die auf verschiedenen Plattformen** (Facebook, Google+, YouTube) **eingerrichtet wurden , miteinander zu verknüpfen** , um ein breiteres Publikum zu erreichen.Social Media ist auch gut für das Finden neuer Leute in Ihrem Geschäftsbereich - sei es Lieferanten, Lieferanten, Auftragnehmer, wieder unter den Personen, die bereits mit Ihrer Marke verbunden sind.
- v. **Online Reputation Management** ;Dies ist der Prozess der **Kontrolle**, was online auftaucht, wenn Ihre Marke / Ihr Unternehmen in den Suchmaschinen nachgeschlagen wird und Tools verwendet werden, um die negativen **Kommentare und das Feedback** zu unterdrücken , **aber die positiven / neutralen Kommentare** hochzutreiben, um einen sauberen und guten Ruf online zu erhalten.Heutzutage, mit der breiten Nutzung von Social Media in fast allen Bereichen unseres Lebens



und vor allem im Geschäftsleben, ist die Aufrechterhaltung einer guten Online-Reputation für das Wachstum Ihres Unternehmens unerlässlich.

vi. **Gemeinschaftsgebäude** ;Wir haben bereits besprochen, was eine Community für Ihr Unternehmen und Ihre Marke tun kann. Soziale Medien helfen Ihnen nicht nur dabei, sich mit Ihren Kunden zu verbinden und in Beziehung zu ihnen zu stehen, indem Sie eine loyale Gemeinschaft rund um Ihre Marke und Ihr Geschäft aufbauen, sondern bieten Ihnen auch eine sehr gezielte Kundengruppe, wenn es um die Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen geht.

vii. **Dein Geschäft bekommt ein Gesicht** ;Über die Social-Media-Profilseiten können Kunden ihre Fragen, Kommentare oder Beschwerden direkt an Menschen und nicht an gesichtslose öffentliche Sprachplattformen weiterleiten. Sie mögen das, weil wir alle Menschen sind und die Interaktion mit anderen Menschen mögen. Social Media hilft Ihrem Unternehmen, den Weg zum Kunden zu verkürzen und ihm einen guten persönlichen Service zu bieten

Auswählen und Verwalten von sozialen Netzwerken

Auswählen;Unabhängig davon, ob Sie soziale Medien für Ihren persönlichen Gebrauch oder für Ihr Unternehmen auswählen, es gibt ähnliche Schritte, die es zu befolgen gilt. Wenn alle Ihre Bekannten auf einer der Plattformen anwesend sind, gibt es keinen Grund, Anstrengungen und Zeit darauf zu verwenden, auf einer anderen Plattform präsent zu sein, es sei denn, Sie suchen neue Leute, Kunden, Gemeinschaften mit ähnlichen Interessen. Da Ihr Social-Media-Profil Ihre wahre Identität widerspiegelt und Sie auf jeden Fall als zuverlässige Person wahrgenommen werden möchten, sollten Sie ein Netzwerk wählen, in dem Sie Ihre Beziehungen zu Freunden, Verwandten, Mitschülern und der Arbeit in der Kindheit übertragen können. Kollegen, da sie als Garantie dafür dienen, dass Sie sich so verhalten, wie es von Ihnen erwartet wird. Dies ist eine Voraussetzung für die Teilnahme an einer großen Anzahl der heutigen **Sharing-Economy-Plattformen** ("Sharing Economy", 2016, Sundararajan).

Die Auswahl der richtigen Social Media für ein Unternehmen hängt weitgehend von den Zielkunden ab, zum Beispiel von ihrem geografischen Standort (lokale Unternehmen konzentrieren sich mehr auf lokal genutzte Plattformen). Oder **wenn der produzierte Inhalt /**



Service des Unternehmens in einem bestimmten Medienbereich(Fotos, Video) liegt, dann könnte das Unternehmen diese Plattformen lenken

Im Folgenden finden Sie eine kurze Beschreibung der am häufigsten verwendeten Social-Media-Plattformen, um Ihnen bei der Entscheidung für eine rationale Entscheidung zu helfen. Weitere Anleitungen und Anleitungen finden Sie in der praktischen Übung zu diesem Thema.

Verwaltung;Bei Online-Präsenz auf Social-Media-Sites, vor allem für Unternehmen, geht es nicht nur darum, ein Profil zu erstellen und mit Ihren Kontakten zu kommunizieren - dies ist vor allem dann der Fall, wenn soziale Medien für den persönlichen Gebrauch genutzt werden.

Für ein Geschäft sieht das Bild ganz anders aus. Um ihre Kunden zu erreichen, sind sie oft auf mehreren Plattformen präsent, was ein **sehrzeitaufwendiger undarbeitsintensiver Prozess ist**, um die Aktivitäten auf all diesen Plattformen effektiv zu verfolgen, zu unterhalten, zu überwachen und zu verwalten.

Ein effektives Social Media Management beinhaltet

- Entwicklung der Social-Media-Strategie
- tägliche Umsetzung und Überwachung
- Messung und Analyse der Auswirkungen der Aktivitäten und Erstellen von Berichten.

1. Identifikation von relevanten Social Media ;Wählen Sie sorgfältig, auf welchen Plattformen Sie anwesend sein möchten, abhängig von:

- die Art des produzierten Inhalts
- Dienstleistungen angeboten
- gezielte Kunden

2. Profilerstellung;Das ist es, was Sie / Ihr Unternehmen in die Welt führt, daher sollte es sorgfältig gebaut werden. Denken Sie daran, dass die meisten sozialen Medien die Profile durch die Suchmaschinen durchsuchen lassen und was Sie in Ihrem Profil als Beschreibung von Ihnen / Ihrem Geschäft eintragen, wird herauskommen, wenn Sie online gesucht werden. Was Sie in Ihr Profil aufnehmen sollten:

- passen Sie es mit Ihrer Marke, Logo, Farbschemas an
- Kontakt details

- 
- Standort auf der Karte
 - Schlüsselwörter, die Ihr Geschäft oder Ihren Beruf beschreiben; so viele Wörter wie nötig, um Sie / Ihre Marke auf interessante Weise zu beschreiben. Je mehr Wörter Sie hinzufügen, desto öfter wird es in den Suchergebnissen erscheinen und somit neue Kunden / Nutzer anziehen.

3. Erweitern des Netzwerks

Der erste Schritt besteht darin, alle Ihre bestehenden Kunden, Freunde und Familienmitglieder in Ihr Netzwerk einzubeziehen, da diese auch ihre eigenen Netzwerke und Kreise mitbringen und dies Ihre Anwesenheit dort sicherstellen wird. Wenn Sie interessante und ansprechende Inhalte veröffentlichen, können einige von ihnen eine direkte Verbindung mit Ihnen in Erwägung ziehen und Ihr Netzwerk wird dadurch wachsen.

Eine weitere proaktive Maßnahme, die Sie ergreifen können, ist die Teilnahme an anderen Interessengruppen / Foren / Communities, die Diskussion von Themen, die Weitergabe Ihrer Meinung und Ansichten. Dies wird Ihnen helfen, Ihre eigene Community aufzubauen und die Leute über Ihre Marke sprechen zu lassen und die Sichtbarkeit von Ihnen / Ihrem Geschäft als Ganzes zu erhöhen.

4. Engagement

Es ist ratsam, sorgfältig zu wählen, in welchen Netzwerken präsent sein soll, denn danach kann das Management des Engagements mit Ihrer Community ziemlich anstrengend sein. Ihre Fans, Kunden, Follower folgen Ihrer Marke aus einem bestimmten Grund, und Sie müssen sich um sie kümmern, indem Sie Beratung und persönliche Betreuung des Kunden anbieten, indem Sie sich bei ihnen bedanken, aber innerhalb eines Limits. Spammen Sie sie nicht, da sie leicht entscheiden können, Ihnen nicht zu folgen.

5. Überwachung und Analyse

Klare Ziele für Ihre Social-Media-Präsenz verhindern, dass Sie mit Informationen aus Ihren Profilen überwältigt werden. Diese Informationen müssen regelmäßig überwacht und analysiert werden, um nur das zu erhalten, was nützlich ist und Ihnen helfen wird, Ihre Geschäftsprozesse weiter zu verbessern. Den Kunden zu lauschen ist das Beste aus Ihrer Social-Media-Präsenz,



denn dadurch erhalten Sie nicht nur eine Vorstellung davon, wer Ihre Kunden und Fans sind, sondern auch was sie von Ihrer Marke und Ihrem Geschäft halten und verhindern, dass sich negative Kommentare schnell ausbreiten. Medienziele, die auf den sozialen Medien zuhören, helfen Ihnen, Gespräche im Auge zu behalten, Kundendienst zu unterstützen, Marketing zu betreiben, Meinungen über die Marke oder Produkte zu finden, die demografischen Merkmale der Verbraucher und die wichtigsten Einflussfaktoren in Ihrem Netzwerk.

Social-Media-Strategie

Eine gute Social-Media-Strategie von Anfang an zu haben hilft dir, klar zu bleiben und auch die Kontrolle zu behalten, anstatt von deiner Social-Media-Präsenz überwältigt und erschöpft zu sein. Eine gute Social-Media-Strategie basiert auf Ihren geschäftlichen Zielen und Zielen. Sie müssen die folgenden Fragen beantworten:

- Wie viel sind Sie bereit, in Geld und Zeit zu investieren?
- Wie verhält es sich mit Ihrem geschäftlichen Wert?
- Wie ergänzt Ihre Social-Media-Strategie Ihre anderen Geschäfts- und Marketingstrategien?

Um herauszufinden, welche Plattform für Sie / Ihr Unternehmen am relevantesten ist, sollten Sie sorgfältig untersuchen, wo Ihre Marke genannt wird, wo Ihre Konkurrenten sind, Schlüsselworte verwenden, um zu verstehen und sich bewusst zu sein, was Ihre Zielgruppe verwendet. Richten Sie Ihre demografische Zielgruppe ein und überlegen Sie, wofür Sie soziale Medien nutzen möchten - sei es zur Steigerung der Markenbekanntheit, zur Steigerung der Anzahl der Leads, zur Steigerung des Umsatzes, zur Produktwerbung, zur Verbesserung der Kundenbeziehungen oder zum Kundenservice.

Die Plattformen variieren stark von Facebook zu Foren, also seien Sie bereit, überall hinzugehen, wo Ihre Kunden gerade sind. Denken Sie auch daran, dass unterschiedliche Plattformen unterschiedliche Inhalte und Häufigkeit der Veröffentlichung erfordern, berücksichtigen Sie dies beim Aufbau Ihrer Social-Media-Strategie. Ihre Inhalte sollten Ihre Markenwerte widerspiegeln und die Stimme des Unternehmens sein. Sie sollten auch negative Kommentare / Feedback oder



Kritik rechtzeitig und effektiv planen, einbinden, zuhören und verwalten, um Ihren Online-Ruf sauber zu halten.

Ergebnisse und Ebenen der Interaktionen variieren zwischen den verschiedenen Social-Media-Plattformen. Sie haben ihre eigenen Werkzeuge und Metriken, um das zu messen (zB Anzahl der "Likes" auf Facebook oder Nr. Offollowers auf Twitter). Keep im Auge, dass die Ergebnisse von Online - Kampagnen immer braucht viel Zeit und Anstrengungen und ist ein langfristiges Engagement. Aus diesem Grund bringt nur eine gute und gut gemanagte Social-Media-Strategie Sie zum gewünschten Status Ihres Unternehmens.

Es gibt viele Social-Media-Management-Tools, mit denen Sie Ihre Online-**Geschäftsleistung** verfolgen können.

Es gibt ein Tool, das Ihnen das Leben erleichtern und Ihr Vertrauen in die Verwaltung von Social Media stärken soll. Sie können die folgenden Artikel zum kostenlosen Lesen lesen:

- <http://www.twelveskip.com/marketing/social-media/1441/social-media-management-tools+social-media-tools> Infografiken
- <https://chantelarnett.com/social-media-tools/> - der Artikel erweitert, warum Social Media notwendig ist, wenn Sie ein **Unternehmer (oder ein Blogger) sind**, sowie eine sehr praktische Vergleichstabelle, welche Tools für welche Art von Social Media Management sind nützlich



Wie wird in der SHE Vertrauen aufgebaut?

Collaborative / Sharing Economy basiert auf Vertrauen, das ist das Prinzip, denn "Sharing geht Hand in Hand mit Sharing, ob mit unseren Eltern, Kindern, Geschwistern, Lebenspartnern, Freunden, Mitarbeitern oder Nachbarn, geht Hand in Hand mit Vertrauen und Bindung." (Belk, 2010, 717). Einige der Forscher sagen sogar, dass *Vertrauen die Währung dieser Art von Wirtschaft ist*. Es ist schwierig und zeitraubend, unter einer Plattform Peer-to-Peer aufzubauen und zu erhalten. Man muss bestimmten Regeln folgen, und in der Hand kommen alle von den Plattformen entwickelten Muster und Mechanismen. Benutzer auf Sharing-Economy-Plattformen sind normalerweise in multilateralen Interaktionen eingebunden, einschließlich mindestens eines anderen Benutzers und der Plattform. Plattform jedoch in den meisten Fällen eher als Vermittler zwischen den Seiten.

Das Vertrauen in die Umgebung der Sharing Economy ist eine Überprüfung der Identität von Peers. AirBnB hat den Schritt zur Verifizierung seiner Plattform getan und somit die Transparenz erhöht und die Grundlage für den Aufbau solider Beziehungen zwischen Kollegen gelegt. Mit den entsprechenden digitalen Funktionen und Tools können Sie ein vollständig vertrauenswürdiges digitales Profil erstellen.

Die Funktionen, die dazu beitragen, das Vertrauen in die Sharing Economy aufzubauen, wirken sich auf zwei Entitäten aus - Plattform und Benutzer auf der Plattform.

Einige Sharing Economy-Unternehmen haben *kurze Bios von Ihnen enthalten*, die Möglichkeit, persönliche Informationen (Telefonnummer, E-Mail-Adresse in Ihrem Online-Profil) zu deklarieren. Sehr häufig *verlinken* Plattformen *andere Online-Profile von Mitgliedern wie Facebook oder LinkedIn*. Zu den wichtigsten Funktionen gehört das Überprüfungssystem, mit dem *Benutzer den Service / das Produkt, das sie verwenden, bewerten können*. Einige der Plattformen veröffentlichen die Überprüfung nur, wenn beide Parteien sie eingereicht haben. Dies wiederum kann dazu führen, dass mehr Nutzer des Dienstes angesprochen werden, wie dies beispielsweise bei AirBnB der Fall ist. Immer mehr Menschen aus der ganzen Welt nutzen den Service der Plattform, weil viele andere ihn nutzen und damit sicher machen benutzen.



Unsere Online-Reputation basiert auf den riesigen Datenmengen, die wir selbst erstellt haben, sowohl online als auch offline. Wenn diese Daten zusammengestellt und analysiert werden, werden sie zu einer zuverlässigen Informationsquelle für diejenigen, die nicht auf traditionelle Weise verifiziert werden können.

Was ist Online Reputation Management?

Das Online-Reputationsmanagement ist dem Reputationsmanagement im realen Leben ziemlich ähnlich. In der Regel sind wir dafür im Online-Bereich bekannt, auf was sich unser Name bezieht. Dies kann sofort gesehen werden, wenn wir überprüfen, was online erscheint, wenn wir unseren Namen eingeben.

Online-Reputation wird häufig für viele verschiedene Zwecke genutzt - Menschen suchen Meinungen über ihre Ärzte, Kindergärten und Schulen, ihre potenziellen Arbeitgeber (und Arbeitgeber suchen auch potenzielle Mitarbeiter!), Über Orte, die sie besuchen werden (touristische Stätten, Restaurants, etc.) und über Dienstleistungen / Produkte, die sie verwenden werden. Die Leute vertrauen dem Online-Ruf aller oben genannten Punkte und sie lassen ihre Rate für sie. Wenn Sie sich bereits für die SHE-Welt entschieden haben, müssen Sie bereits erkannt haben, dass Online-Reputation für eine gute und vorteilhafte (für beide Seiten) Beziehung von wesentlicher Bedeutung ist. Sie sind sich wahrscheinlich auch der Tatsache bewusst, dass Sie Ihre Online-Identität erstellen, entwickeln und verwalten müssen, da dies meistens Ihr einziges "Gesicht" vor den Kunden / Arbeitgebern ist. Nachdem Sie also bereits begonnen haben, die SHE zu betreiben und bereits mehrere Accounts in den Social-Media-Sites registriert haben, müssen Sie akzeptieren, dass Sie bereits online sind und die einzige Aktion, die Sie tun müssen, ist es zu verwalten! (Tatsächlich waren Sie bereits im digitalen Raum präsent, noch bevor Sie Ihre Social-Media-Konten für diesen Kurs geöffnet haben, da Sie E-Mail-Dienste verwenden, verschiedene Websites aufrufen, verschiedene kostenlose Wi-Fi-Netzwerke nutzen und mit vielen in Verbindung stehen mehr digitale Dienste).

Ein weiterer wichtiger Punkt im Hinblick auf das Online-Reputationsmanagement, das sehr spezifisch für SHE ist, ist, dass es als Selbstregulierungsmechanismus in dieser Art von Wirtschaft dient. Einfach gesagt, der Rang / der Preis, den Sie online auf einer SHE-Plattform erhalten, kann



Sie oben oder unten in der Liste bewegen von Service- / Produktnutzern / -anbietern, was ein weiterer Grund ist, Ihre Online-Präsenz sorgfältig zu verwalten.

Das erste, was man bedenken sollte, ist, dass alles, was wir online machen, für immer bleibt und dass es viel mehr Zeit braucht, um online wahrgenommen zu werden - indem man die richtigen Bilder hochlädt, passende Kommentare auf den richtigen Blogs posten und die richtigen Links twittern - All das hilft Ihnen, **sich/ Ihre Marke / Ihre Firma** so zu präsentieren wie Sie wollen, dass es wahrgenommen wird. Wenn Sie es konsequent tun, können Sie online so bekannt sein, wie Sie es im echten Leben kennen.

Wenn Sie **arbeitslos** sind, auf der Suche nach einem Jobwechsel oder **Selbstständiger**, müssen Sie sogar noch genauer darauf achten, welche Ländereinstellungen Sie wählen, denn das sagt viel über Sie aus. Mithilfe von Social-Media-Tools kannst du deine Marke um deine Talente, Werte und Missionen herum aufbauen und sie so ausstellen, dass sie sich von der Masse abheben. Je nachdem, was Ihr Ziel ist (einen Job finden / ändern, mehr verkaufen, neue Kunden finden), ist es immer eine gute Idee, in mehreren sozialen Netzwerken präsent zu sein. Je mehr Sie Ihre Kontaktnetzwerke erweitern und eine Verbindung zu Personen herstellen, desto höher sind Ihre Chancen, bei Ihrer Jobsuche Hilfe zu finden. Viele Arbeitgeber stellen Leute ein, auf die sich ihre eigenen Mitarbeiter beziehen. Wenn Sie einen unternehmerisch orientierten Geist haben, können soziale Medien Ihnen helfen, einen Partner für ein gemeinsames Unternehmen zu finden oder warum nicht ein Investor.

Denken Sie daran, dass alles, was Sie online tun, für immer dort bleibt. Daher ist es wichtig, Ihre Präsenz in den sozialen Medien so sauber wie möglich zu halten. Arbeitgeber prüfen, was Sie online tun, sie zahlen sogar an andere Unternehmen, um das Screening durchzuführen. Wenn Sie eingestellt werden wollen, dann gibt es bestimmte DON'Ts, die Sie beachten sollten. Beispielsweise, keine negativen und unangemessenen Kommentare veröffentlichen, in unangemessenen Fotos getaggt werden und besonders vorsichtig sein, was du posten / kommentieren und teilen über deinen aktuellen Job, Arbeitgeber, Tätigkeitsbereich. Sei auch um Ihre Daten zu vervollständigen und posten / aktualisieren Sie regelmäßig Ihre Profile. Verlassene Profile machen keinen guten Eindruck.



Weitere Informationen zur Pflege Ihres Social-Media-Profiles mit konkreten Schritten und Tipps finden Sie in der praktischen Übung zu diesem Thema.





Fälle untersuchen

- **E-Buch** von Colin Wright "Personal branding" (für detaillierte Anweisungen lesen Sie bitte die praktischen Übungen zu diesem Thema).
- **Presseartikel** (Detaillierte Anweisungen finden Sie in den praktischen Übungen zu diesem Thema):
 - **Unternehmer:**
<https://www.shopify.com/blog/5130392-top-5-social-media-mistakes-entrepreneurs-make>
 - **Jobsuchende:**
<https://theundercoverrecruiter.com/social-media-jobseekers-tips-career-savvy/http://abranchofholly.com/blog/2015/11/20/how-to-brand-yourself-using-social-media>



Videos

- <https://www.youtube.com/watch?v=JR3k7Ef9kJI->

Fragen Sie einen Karriere-Coach: Personal Branding 101

- https://www.youtube.com/watch?v=BCjCbqYs_j0-

Funktionalitäten der sozialen Medien Websites

- <https://www.youtube.com/watch?v=qeHtvuTcy70->

eine Geschichte aus dem Bereich Grafikdesign



Ergänzende Lektüre

- **Kostenlose Informationen zur Entwicklung persönlicher Marken:**
 - <https://prosocial.com/insights/personal-branding/>
 - <https://www.levo.com/posts/3-step-defining-your-personal-brand>
 - <https://www.betterbrandingcourse.com/article/cohesive-branding-as-a-multi-passionate-creative>
 - <http://www.creativeandcoffee.com/what-is-branding-why-is-it-so-important/>
 - <http://freedomjunkies.com/how-do-i-put-myself-out-there-and-grow-my-brand-when-i-am-sie-shy/>
- **Kostenlose Lektüre zu den Mission Statements:**
 - <https://www.forbes.com/forbes/welcome/?toURL=https://www.forbes.com/sites/drewhendricks/2014/11/10/personal-mission-statement-of-14-ceos-and-lessons-du-musst-lernen/&refURL=&referrer=>
 - https://well.blogs.nytimes.com/2015/01/05/personal-coaches-and-mission-statements/?_r=0
- **Kostenlose Lektüre zur Auswahl der richtigen Social-Media-Seiten - allgemeiner Überblick**
 - <https://www.statista.com/statistics/260808/social-network-penetration-in-western-europe/>
 - <https://blog.pepper.com/these-are-europe-biggest-social-networks/>
- **Kostenlose Lektüre über die Auswahl der richtigen Social Media für mich**
 - <https://blog.wishpond.com/post/72672192941/social-media-marketing-which-platform-is-right-for>
 - <https://www.searchenginepeople.com/blog/925-social-media-platforms-round-the-world.html>
- **Kostenlose Lektüre Warum verwalten Sie Ihre Marke?:**
 - <https://theundercoverrecruiter.com/things-damage-brandof-service/product-users/providers-which-is-another-reason-to-carefully-manage-your-online-presence>.



Επιμελητήριο Αρκαδίας



COORDINA Organización de Empresas y Recursos Humanos, S.L.



CPU - Gospodarska zbornica Slovenije Center za poslovno usposabljanje



FORBA - Forschungs- und Beratungsstelle Arbeitswelt



RCCI - Ruse Chamber of Commerce and Industry



Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Valencia

